



MEETING CONSULTANTS

## titolo

### MARKETING DELLA DESTINAZIONE CONGRESSUALE

## sottotitolo

### Come promuovere un territorio presso la clientela congressuale e incentive

## contenuti

Quali sono i requisiti affinché una località venga considerata una “destinazione per eventi”?  
Tutte le città possono esserlo? È sufficiente possedere strutture di qualità?  
Come individuare i target e mercati presso i quali promuovere la destinazione?  
Quali strategie utilizzare per affermarsi presso la clientela?

I clienti scelgono le sedi per i loro eventi in base ad un insieme integrato di infrastrutture, servizi, immagine. Per questo le località o le strutture che desiderano migliorare il proprio posizionamento sono chiamate a soddisfare molteplici requisiti, strutturali, organizzativi e di relazione.

Questi gli argomenti trattati:

- requisiti della destinazione
- differenze di esigenze in base alla tipologia di evento e di cliente
- valutare la propria città e struttura in funzione della clientela
- piano di marketing
- implementare le attività.

Al termine i partecipanti saranno in possesso delle basi informative per progettare il piano di marketing della destinazione o struttura e per coordinarne le attività promozionali.

## obiettivi

Comprendere come sviluppare l'attività congressuale e incentive di una località o di una struttura.

## a chi e' rivolto

Il seminario è rivolto a tutte le persone interessate allo sviluppo dell'attività congressuale e incentive di un territorio. In particolare può essere utile a chi è impiegato in: pubblica amministrazione, convention bureau, club di prodotto, associazioni ed enti di promozione locale, centri congressi, alberghi con sale congressuali e altre sedi.

## durata

- modulo breve: 4 ore
- modulo completo: 6/8 ore.